tipo cero

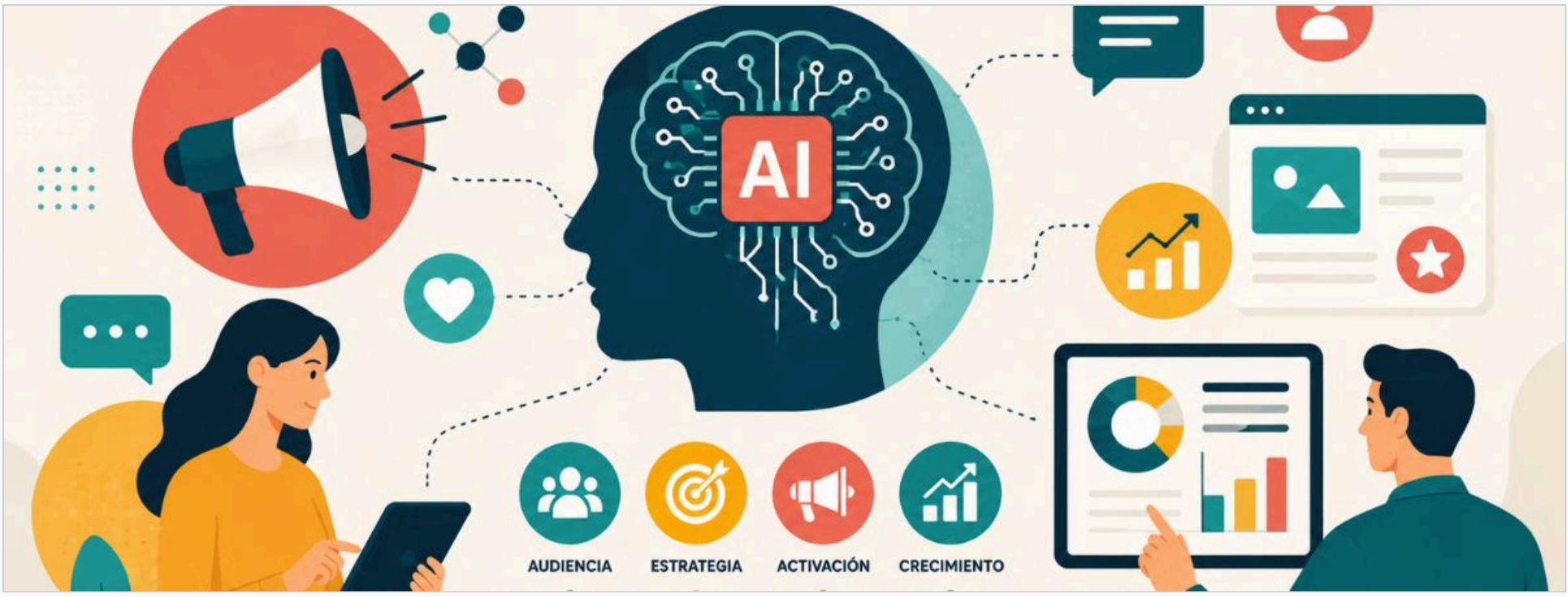
Fundación Universitat Jaume I-Empresa

UNIVERSITAT JAUME I

FUNDACIÓ UNIVERSITAT EMPRESA UNIVERSITAT JAUME I. CASTELLÓN

Microcredencial Universitaria en Comunicación e IA: nuevos modelos de gestión y activación de marca

Formación permanente



Modalidad
Presencial

Del 17/11/2026
al 10/12/2026

20 horas lectivas horas

PDF
Curso

Información
de Matrícula

0€

PRESENTACIÓN

La Inteligencia Artificial ha dejado de ser una herramienta puntual para convertirse en una infraestructura que está transformando la comunicación, la innovación y la gestión de marca. En los últimos años, la evolución de la IA Generativa, junto con el desarrollo de sistemas más avanzados como los agentes de IA y la automatización de procesos, ha modificado la forma en la que las empresas investigan, crean, distribuyen y optimizan sus mensajes.
Las organizaciones se enfrentan a un cambio de modelo en el que la IA no solo amplifica capacidades, sino que redefine procesos, roles y decisiones. En este nuevo contexto, la comunicación ya no se entiende únicamente como producción de contenidos, sino como un sistema dinámico conectado a datos, tecnología y experiencia de usuario.
Este curso propone una aproximación estratégica y aplicada a la Inteligencia Artificial en el ámbito de la comunicación y la innovación, combinando comprensión del contexto actual con el uso práctico de herramientas y la exploración de nuevos modelos de trabajo. El objetivo es ofrecer a los participantes un marco claro para entender el cambio, identificar oportunidades reales y comenzar a integrar la IA en sus procesos de forma consciente, eficaz y responsable.

DATOS GENERALES

Duración: 20 h

Modalidad:presencial y streaming

Fechas:
- 17/11/2026 - Sesión de 2h
- 19/11/2026 - Sesión de 3h

- 24/11/2026 - Sesión de 3h
- 26/11/2026 - Sesión de 3h
- 01/12/2026 - Sesión de 3h
- 03/12/2026 - Sesión de 3h
- 10/12/20'26 - Sesión de 3h

Horario: Primera sesión de 17:00h a 19:00 h y resto de sesiones de 17:30 a 20:30 h

Teléfono de contacto: 964 38 72 09/12

Lugar: FUE-UJI. Edificio Consell Social. Campus Riu Sec. Castellón. **(ver mapa)**

Plazas limitadas 23 presenciales y 25 streaming: Matricularemos por orden de recepción de documentación hasta completarlas.

CON EL PATROCINIO DE:

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Economía, Hacienda y Administración Pública

ASCER
Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos

La Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER) y la Universitat Jaume I presentan un plan de formación dirigido a las personas que quieran mejorar sus aptitudes y posibilidades de empleo.

Esta acción se desarrolla en el marco del convenio suscrito entre ASCER y la Conselleria de Economía, Hacienda y Administración Pública de la Generalitat Valenciana.

El principal objetivo de estas formaciones es desarrollar las habilidades de los recursos humanos en las empresas

Inscripción GRATUITA - Plazas limitadas

DESTINATARIOS

- Personas que necesitan un reciclaje profesional o una actualización y adaptación de sus conocimientos al nuevo entorno digital con la IA. No hay requisitos específicos.

PROGRAMA Y ORGANIZACIÓN

0. Fundamentos de comunicación, marca e innovación
• Qué es una marca hoy: más allá del logotipo
• La comunicación como sistema: mensajes, canales y percepción
• Construcción de marca en entornos digitales
• Introducción a la innovación en comunicación
• El papel de la estrategia frente a la ejecución

1. Inteligencia Artificial y cambio de paradigma en comunicación
• Evolución de la IA: de tecnología emergente a infraestructura empresarial
• Conceptos clave y tipologías de IA
• Desmitificación: separando realidad de expectativas
• La IA como nueva capa en la comunicación, el marketing y la innovación
• Identificación de oportunidades reales de aplicación

2. IA Generativa: capacidades actuales y nuevas lógicas de trabajo
• Escenario actual de la IA Generativa
• Grandes modelos LLM y multimodalidad
• Herramientas generalistas: ChatGPT, Gemini y ecosistemas asociados
• Del prompt a la conversación: nuevas formas de interacción
• Límites, conflictos y riesgos del uso de IA

3. IA en comunicación: estrategia, creatividad y contenido
• IA en investigación y planificación estratégica
• IA en generación de ideas y desarrollo creativo
• IA en diseño visual, contenido y producción multimedia
• Personalización y adaptación de mensajes

• Integración de la IA en workflows de comunicación

4. Automatización, agentes de IA y nuevos modelos operativos
• Introducción a la automatización inteligente
• Qué son los agentes de IA y cómo funcionan
• Aplicación de agentes en procesos de comunicación y marketing
• De tareas a sistemas: evolución de los workflows
• Integración de la IA en procesos internos de la organización

5. IA en negocio, marketing y relación con el cliente
• IA aplicada al análisis de datos y toma de decisiones
• Optimización de estrategias de marketing y comunicación
• IA en CRM y experiencia de cliente
• IA en procesos internos y eficiencia operativa
• Impacto en la eficacia de las acciones de comunicación

6. Ética, control y futuro de la IA en la comunicación
• Uso responsable de la Inteligencia Artificial
• Riesgos: dependencia, pérdida de criterio, automatización sin control
• Implicaciones legales y protección de datos
• Nuevos roles profesionales y competencias
• Tendencias: automatización avanzada, agentes y sistemas autónomos

OBJETIVOS

1.Comprender cómo la Inteligencia Artificial está transformando la comunicación, la innovación y la gestión de marca en el contexto empresarial actual.
2.Identificar oportunidades reales de aplicación de la IA generativa, la automatización y los agentes de IA en procesos de comunicación, marketing y relación con el cliente.
3.Desarrollar criterio profesional para integrar herramientas de IA en la gestión de marca de forma estratégica, ética y responsable.

METODOLOGÍA

Clase magistral para la teoría y realización de actividades prácticas que derivarán en una práctica final evaluable (actividad práctica individual consistente en el análisis de un caso de comunicación o marca y la propuesta de integración de IA en uno o varios procesos: investigación, generación de ideas, contenido, automatización, relación con cliente o toma de decisiones)

EVALUACIÓN

La evaluación se basará en la asistencia, participación activa y realización de una actividad práctica final.
Criterios de evaluación:
1. Asistencia y participación en las sesiones: 30%.
2. Realización de la actividad práctica aplicada: 50%.
3. Presentación, justificación y reflexión crítica sobre la propuesta desarrollada: 20%.
Para superar el curso será necesario asistir al porcentaje mínimo requerido por la normativa de la microcredencial y entregar la actividad práctica planteada.

.

PROFESORADO

Dña. Cristina González Oñate

Cristina González Oñate es doctora en Comunicación Empresarial e Institucional (Febrero de 2007); licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (Junio de 2003); licenciada en Comunicación Audiovisual (Junio de 2007) y Master en Dirección Estratégica en Comunicación (Junio de 2005) por la Universidad Jaume I.

En la actualidad, es Catedrática de Universidad en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Jaume-I (Castellón).

Ha dedicado buena parte de su trabajo a la investigación de la continuidad televisiva y la gestión de marcas audiovisuales desde la concepción de la publicidad en el medio televisivo. Asimismo, también se dedica a investigar sobre publicidad digital y, en concreto, sobre las marcas en los Social Media y la gestión de intangibles de las marcas territorio. Forma parte, entre otros, del equipo de investigación Neuroengagement and Communication.

En la principal responsable de la asignatura Teoría del Pensamiento Estratégico y de la materia Estrategias de Comunicación Publicitaria y Corporativa en el Grado de Publicidad y Comunicación Corporativa de la Universidad Jaume I mientras colabora en diversos proyectos de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la misma universidad. También imparte docencia en el Máster de Nuevas tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación desde el año 2007.

D. Carlos Fanjul Peyró

Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universitat Jaume I de Castellón. Es profesor de la Universitat Jaume I desde febrero del 2009. En esta universidad tiene reconocidos cinco trienios y tres quinquenios docentes y tres sexenios de investigación.

Imparte la asignatura “Teoría de la Publicidad y la Comunicación Corporativa” tanto en el Grado de Publicidad como en el Grado de Periodismo. Ha sido docente desde el año 2004 en diversas universidades de la Comunidad Valenciana (Cardenal Herrera CEU y ESIC Valencia) y Zaragoza (Universidad San Jorge).

Sus investigaciones se centran, principalmente, en la influencia social de los códigos no verbales de la realidad en el mensaje publicitario, publicando sobre ello varios artículos en diversas revistas científicas (Zer, Latina, Comunicar, Doxa, Icono 14...) y un libro titulado “Vigorexia: una mirada desde la publicidad”

D. Álex Rubio Navalón

Álex Rubio Navalón es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I y cuenta con formación de posgrado en planificación estratégica publicitaria e interacción entre tecnología y personas. Es profesor asociado en la Universitat Jaume I, donde imparte docencia relacionada con la estrategia publicitaria, la creatividad, el marketing digital y la aplicación de la Inteligencia Artificial a la comunicación.

Es director y fundador de Twelfhundred, agencia de marketing, comunicación e innovación tecnológica. Cuenta con más de veinte años de experiencia profesional y ha trabajado en proyectos de estrategia, transformación digital e innovación para más de 200 marcas, empresas e instituciones en España, Reino Unido y Latinoamérica.

Ha dirigido e impartido programas formativos sobre Inteligencia Artificial aplicada al marketing, la comunicación, el turismo y la gestión empresarial en universidades, escuelas de negocio, cámaras de comercio y organizaciones profesionales. Es autor de ChatGPT para planners y coautor de Marketing digital para dummies. Asimismo, es presidente del Colegio de Publicidad y Relaciones Públicas de la Comunitat Valenciana y miembro de la Junta Directiva de AdComunica.

Dña. Belén Peralta Albert

Belén Peralta Albert es graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I y posee un Máster Universitario en Estrategia y Creatividad en Publicidad y Marketing por la Universitat Oberta de Catalunya. Ha completado su formación en gestión estratégica de marca, comunicación digital y protocolo, y es profesora asociada en la Universitat Jaume I.

En el ámbito profesional, es directora de Estrategia de Twelfhundred, donde participa en la definición de estrategias de comunicación, posicionamiento, identidad, contenidos y activación digital para empresas, marcas e instituciones. Su experiencia se centra en conectar el análisis de audiencias y contextos con la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de propuestas de comunicación aplicables.

También participa en el diseño e impartición de programas formativos sobre estrategia, marketing digital, comunicación e Inteligencia Artificial. Su trabajo aborda especialmente la integración de herramientas de IA en los procesos de investigación, planificación, generación de contenidos y desarrollo estratégico, desde una perspectiva práctica y orientada al entorno profesional.

Dña. Laura Palanques Traver

Laura Palanques Traver es graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I y posee un Máster Universitario en Estrategia y Creatividad en Publicidad y Marketing por la Universitat Oberta de Catalunya. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en los ámbitos de la creatividad, el diseño y la comunicación visual.

Es directora de Arte de Twelfhundred y desarrolla su trabajo en la conceptualización y creación de identidades, campañas, sistemas gráficos y contenidos para marcas, empresas e instituciones. Su actividad se centra en traducir la estrategia de comunicación en soluciones visuales coherentes, reconocibles y adaptables a diferentes soportes, formatos y canales.

Ha participado en programas formativos y sesiones dirigidas a empresas sobre creatividad, diseño, producción visual e Inteligencia Artificial. Su ámbito de especialización incluye la aplicación de herramientas de IA a la generación de imágenes, la conceptualización creativa y la producción de contenidos, prestando especial atención al criterio profesional, la identidad de marca y la dirección artística.

Dña. Marina Parra Beltrán

Marina Parra Beltrán es graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I y profesora asociada en esta misma universidad. Compagina su actividad académica con una trayectoria profesional centrada en la creatividad publicitaria, la conceptualización de campañas y la creación de contenidos para marcas, empresas e instituciones.

Es directora de Creatividad de Twelfhundred, donde lidera el desarrollo de conceptos, campañas, relatos de marca y propuestas creativas aplicadas a diferentes canales y formatos. Su trabajo conecta la estrategia con la ejecución, desde la identificación de ideas y territorios de comunicación hasta la redacción, producción y adaptación de contenidos.

También participa en el diseño e impartición de programas formativos sobre creatividad, comunicación e Inteligencia Artificial. Su experiencia se centra especialmente en el uso de la IA como apoyo para la investigación, la ideación, la escritura, la generación de contenidos y la optimización de procesos creativos, manteniendo el criterio y la dirección humana como elementos centrales del proceso.

INFORMACIÓN DE LA MATRÍCULA

IMPORTE DE LA MATRÍCULA

0€ Financiado por ASCER

INSCRIPCIÓN PRESENCIAL

DOCUMENTACIÓN NECESARIA

- Fotocopia del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte)

Plazas limitadas 25 presenciales y 20 streaming: Matricularemos por orden de recepción de documentación hasta completarlas.

¿Cómo y dónde tiene que entregar la documentación?

1. Mediante el asistente de matrícula online

Más información
Fundación Universitat Jaume I-Empresa
Dpto. de Formación
Teléfonos: 964 387 222 / 09 /12
Emails: formacion@fue.uji.es

Patronos
empresas y entidades

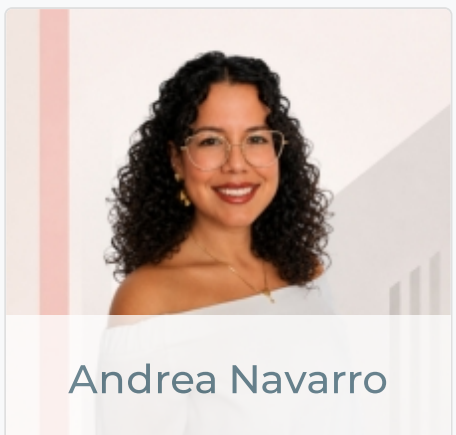
Contacta con nosotros

te ayudamos a encontrar lo que necesitas

WhatsApp



Silvia Membrilla
Teléfono: 964 38 72 09
WhatsApp: 648126119
formacion@fue.uji.es



Andrea Navarro
Teléfono: 964 38 72 12
WhatsApp: 648126119
formacion@fue.uji.es



Reyes Riera
Teléfono: 964 38 72 10
formacion@fue.uji.es

+34 964 38 72 22

Fundación Universitat Jaume I - Empresa, Campus Riu Sec.
Edif. Escuela de Doctorado y Consejo Social, s/n
12071 Castelló de la Plana, España

Accesos

Inicio
La Fundación
I + D + I
Formación
Jornadas
Prácticas
Becas para titulados
EuroFUE-UJI

Más visitadas

Cursos FUE-UJI
Oferta de prácticas extracurriculares
Oferta de becas para titulados
Proyectos Europeos e Internacionales EuroFUE-UJI
Próximas Jornadas, Seminarios y Congresos

Otras webs de la Fundación

elfue.com
EuroFUE-UJI
InnovaUJI

Aviso legal

Portal de Transparencia

Formamos parte de:

REDFUE
RED ESPAÑOLA DE FUNDACIONES UNIVERSIDAD EMPRESA

Fundación Universitat Jaume I - Empresa de la Comunitat Valenciana M.P. CIF: G-12366993